

Матеріали XVIII наукової конференції ТНТУ ім. І. Пулюя, 2014

УДК 138.14

Н. С.Тимошик, канд. економ. наук

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЯКІСНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

N. Tymoshyk

QUALITATIVE ASPECTS OF COMPETITIVENESS

Успіх кожного конкретного товаровиробника оцінюється за рівнем ефективності виробництва, обумовленої в першу чергу ступенем задоволення потреб суспільства з найменшими витратами і найвищою якістю. У цьому зв'язку набуває особливого значення проблема розробки та впровадження дійових методів управління витратами на забезпечення якості продукції.

При довгостроковій перспективі існує тенденція до поступового підвищення якості продукції. Це цілком об'єктивний процес, що спричинений дією закону зростання потреб. Водночас така тенденція не в змозі об'єктивно проявитися через існування специфічного зв'язку обсягу пропозиції і вимог споживачів до продукції. При дефіциті, коли пропозиція відстає від попиту, вимоги до якості продукції змінюються (знижуються) і досить часто суттєво. Згодом з насиченням ринку продукцією її якість виступає на перший план і підвищені вимоги до неї поступово стають однією з основних рушійних сил виробництва.

При визначенні показників якості та їх рівнів за конкретними видами продукції потрібне комплексне врахування таких чинників:

- вимог кінцевих споживачів (переробних підприємств, населення);
- реальних можливостей досягнення високих показників якості на основі сучасного рівня розвитку продуктивних сил (кваліфікації персоналу техніки, технології);
- допустимі межі витрат на забезпечення відповідної якості;
- наявності стандартів, методик, способів та прийомів визначення показників якості і контролю;
- організація матеріального стимулювання товаровиробників за досягнення кращих показників якості та встановлення матеріальної відповідальності за їх зниження.

Для забезпечення конкурентоспроможності продукції за якістю необхідно, насамперед, визначити чіткі цілі щодо неї і розробити на кожному підприємстві технічні умови, а також вжити інших дієвих заходів, що забезпечують якість товарів згідно з визначеними напрямками. Викладене дає підстави стверджувати, що конкурентоспроможність продукції за якістю підвищує і конкурентоспроможність підприємства як суб'єкта ринку, оскільки якісна продукція забезпечує вищу прибутковість виробництва і фінансову стійкість підприємства, підвищує його імідж, сприяє виходу підприємства на світовий ринок.

Таким чином, завдяки поліпшенню якості і раціональному використанню інших факторів підприємство може отримати не тимчасові переваги над конкурентами, як при зниженні ціни, а довготривалі, адже останнім потрібно досить багато часу, щоб удосконалити товар і внести необхідні зміни в технологію його виробництва.

Література

1. Шаповал М.І. Менеджмент якості /М.І.Шаповал. - К.: ТОВ „Знання”, 2012. - 475 с.